

CLUBES

El Team Spain, ante el reto de captar seis millones para volver en 2021 a la SailGP

El equipo español debutó este año en la competición de regatas, que sólo pudo disputar una prueba por el coronavirus. El objetivo de la organización es hacer escala en, al menos, una ciudad española el año que viene.

Álvaro Carretero
5 jun 2020 - 05:00



El equipo español de la SailGP ha afrontado el reto de conseguir financiación desde que arrancasen en la Copa América juvenil en 2017. Tras ganarse una plaza en el último momento para competir en la SailGP de 2020, la regata tendrá que captar seis millones de euros para regresar en 2021. El objetivo: levantar un mínimo de tres millones de euros para garantizar la viabilidad de un proyecto que no sólo mira a la parte competitiva, sino también a la posibilidad de organizar una prueba en España.

“La mitad del presupuesto se la comen los costes operativos, donde se cuentan salarios de los integrantes, alojamientos, desplazamientos...”, asegura María del Mar Ros, consejera delegada del Team Spain. El resto se deriva de los servicios centrales ofrecidos por SailGP, entre los que se cuenta la logística de las embarcaciones, que han de viajar a siete sedes de todo el mundo.

Asimismo, el alquiler de estos barcos requiere otros 1,5 millones anuales, ya que son propiedad de Larry Ellison, fundador de Oracle y quien ha aportado el pulmón financiero desde su nacimiento en 2018. “Una parte de la financiación la están aportando Ellison y el hóliding Endeavor para hacer que despegue el proyecto, pero el objetivo es que se reduzca cada año para que sean los equipos los que generemos recursos propios”, sostiene Ros.

Endeavor y Ellison aportan una parte proporcional de los fondos de las embarcaciones y ayudas a las ciudades

Uno de los principales hándicaps es la parálisis de la competición debido al coronavirus. La primera prueba se disputó en Sídney y el Team Spain aprovechó su debut para invitar a algunas de las cotizadas españolas con mayor interés en el binomio deporte-turismo y, más concretamente, en las disciplinas de vela. “Queríamos presentarles al equipo, que conocieran de primera mano nuestra gestión y hubo una buena predisposición, pero el coronavirus frenó la competición y la inversión en patrocinio”, señala.

La ausencia de patrocinadores, más allá del apoyo institucional de Tourespaña, no fue la única dificultad. El Team Spain recibió la invitación apenas quince días antes de iniciarse la competición tras la renuncia del equipo chino. “Meses antes habíamos viajado a Marsella para tratar de tener una reunión con Cutts y trasladarle la propuesta de nuestro equipo”, explica Ros, quien esperaba la invitación para 2021.

La organización aún trabaja en un plan de expansión para pasar de siete a diez equipos, aunque se desconoce si podrá realizarse en 2021, como estaba previsto. ¿Por qué ese año? Principalmente, por la falta de nuevas embarcaciones, ya que los catamaranes F50 empleados en SailGP son los que Ellison compró en su día a otros equipos de la Copa América y todos estaban ya en uso. Es decir, para aumentar la lista de participantes, hay que construir nuevos barcos.

El objetivo de SailGP es expandirse hasta tener diez equipos y diez sedes, una de ellas en España

La particularidad de estas regatas es que los F50 son todos iguales tanto en diseño como en tecnología. Además, se practican cerca de la orilla para facilitar la creación de una experiencia más potente que las que llegan a mar abierto. San Francisco fue capaz de vender 22.000 pases en 2019, con precios que van desde los 50 dólares por asiento a los más de 250 dólares para el producto *premium*, con el que la carrera se sigue desde yates.

Otra de las virtudes del proyecto es que se basa en un formato corto, más acorde a las nuevas tendencias de consumo en la industria del deporte. Además, juega con la idea de países para fomentar el atractivo para el aficionado. Estas particularidades son las que llevaron a Endeavor, la multinacional que surgió de la fusión de IMG y WME, a valorar el 100% de la compañía en 200 millones de dólares antes de adquirir una participación minoritaria de la misma.

Una prueba en España

Actualmente, la dirección de SailGP trabaja con sus siete integrantes en un plan estratégico de crecimiento. El primero es la expansión a diez equipos y diez pruebas anuales, una en cada país participante. Si bien en España las ciudades que podrían albergar esta prueba no han trascendido, fuentes de la organización confirman que trabajan con seis en el Mediterráneo y otras seis en el Atlántico.

El equipo liderado por Ros, además, trabaja para que en lugar de hacer una parada sean dos, una en cada parte del país. “Estamos en conversaciones con muchas sedes pero lo principal es que tiene que seguir la hoja de ruta de la carrera; al llegar de Estados Unidos y el norte de Europa, sería ideal hacer dos escalas en España, ya que es el punto intermedio que conecta ambos océanos”, afirma.

En contra juega que sólo en Estados Unidos hay dos sedes (San Francisco y Nueva York). También el peso estratégico que tiene cada mercado, algo esencial para SailGP. “Siempre será una prioridad para nosotros celebrar eventos en mercados donde tenemos equipos, y por supuesto queremos estar en ciudades icónicas de destino”, apuntó Coutts a *Palco23*. A estos criterios también se añaden contar con una base sólida de audiencias en este tipo de deportes.

"Sería ideal tener dos salidas desde España, pero sólo hay dos sedes en Estados Unidos"

“Sería fantástico para España y para el turismo, porque son eventos que generan un ROI de entre 20 millones de dólares y 40 millones (18 millones de euros y 36,4 millones), según la auditoría de Deloitte”, asegura Ros. Por ahora, el equipo español trabaja de la mano de Tourespaña, su patrocinador institucional, para hacer que sea un proyecto conjunto que “ensalce la marca y el país”, detalla.

El coste por organizar un evento de estas características está en una horquilla de entre seis y siete millones de dólares, aunque la ciudad sólo aporta el 25%. SailGP, a través de Ellison y Endeavor, financian tres cuartas partes de cada carrera para incentivar a las grandes capitales a apostar por la competición.

“El apoyo institucional es clave para poder desarrollar un evento así”, indica la directiva. El coste real para las ciudades suele ser de uno o dos millones de euros, y muchas se apoyan en el tejido empresarial de la hostelería y otras compañías que se conviertan en patrocinadoras o proveedoras de la prueba para abaratar el gasto público. La idea es que anualmente SailGP reduzca proporcionalmente la aportación económica, al igual que sucederá con los equipos.